**CosmeticBusiness**

**Internationale Fachmesse der Kosmetik-Zulieferindustrie**

**14. bis 15. Juni 2023**

Leipzig, 22. Juni 2023

**CosmeticBusiness 2023: Branchen-Highlight setzt starke Impulse für die internationale Kosmetikindustrie**

**Mit sehr zufriedenen Ausstellern und Besuchern ging am 15. Juni die CosmeticBusiness 2023 zu Ende. Auf der internationalen Fachmesse der Kosmetik-Zulieferindustrie präsentierten 414 Aussteller und vertretene Unternehmen aus 27 Ländern in drei ausgebuchten Messehallen des MOC München Neuheiten und Trends für die Kreation zukünftiger Kosmetikprodukte. Ein besonderer Fokus lag auf nachhaltigen Produktlösungen. Inhaltlich überzeugte das Branchen-Highlight mit der Neuheitenschau Spotlight, mehreren Themenrouten sowie einem breiten Fachprogramm und bot Fachbesuchern aus 43 Ländern Inspiration für die Produktentwicklung.**

„Drei ausgebuchte Messehallen, mehr als 70 Neuaussteller, zahlreiche Start-ups sowie sehr zufriedene Aussteller und Besucher - die CosmeticBusiness schreibt ihre Erfolgsgeschichte fort“, freut sich Markus Geisenberger, Geschäftsführer der Leipziger Messe und ergänzt: „Aussteller wie Besucher nutzen den internationalen Branchentreffpunkt zum fachlichen Austausch, zur Anbahnung neuer Geschäftskontakte und zur konkreten Projektabstimmung. Die CosmeticBusiness ist das Branchen-Highlight der Kosmetikindustrie und ein fest gesetzter Termin im Messekalender.“

**Erweiterter Ausstellungsbereich Inhaltsstoffe und gesteigerte Internationalität**

Von Inhaltsstoffen über Herstellung bis Verpackung: Die CosmeticBusiness bündelt das gesamte Angebot für die Kosmetikherstellung und -verpackung zentral an einem Ort und bildet somit die gesamte Wertschöpfungskette ab. Auf der internationalen Fachmesse präsentierten in diesem Jahr 414 Aussteller und vertretene Unternehmen aus 27 Ländern auf 11.000 m² ihr Leistungsspektrum. Das sind 25 Prozent mehr als bei der letzten CosmeticBusiness. Vor allem der Anteil der ausländischen Aussteller erhöhte sich von 32 Prozent in 2022 auf 37 Prozent.

Beachtenswert ist auch der vergrößerte Ausstellungsbereich Inhaltsstoffe. Mit insgesamt 148 Ausstellern und vertretenen Unternehmen war er um ein Drittel größer im Vergleich zur Vorjahresveranstaltung und bot Fachbesuchern noch mehr Inspiration.

Dr. Oliver Reimelt, Country Sales Manager bei Croda GmbH sagt: „Auf der CosmeticBusiness können wir unsere Stammkunden treffen und Neukunden gewinnen. Die Mischung der CosmeticBusiness ist prima, denn hier finden wir die ganze Vielfalt von Einkauf, Forschung über Logistik bis zum Verpackungsbereich. Wir kommen mit Kunden zusammen, mit denen wir sonst nicht sprechen können.“

**Positives Stimmungsbild unter Ausstellern**

Der Großteil der Aussteller zeigt sich mit der Teilnahme an der CosmeticBusiness als sehr zufrieden. So ergab eine Befragung durch das unabhängige Marktforschungsunternehmen Gelszus Messe-Marktforschung, dass 9 von 10 Aussteller ihre Präsenz auf der Fachmesse als Erfolg verbuchen und optimistisch auf ein gutes Nachmessegeschäft blicken. 94 Prozent loben die fachliche Qualifikation der Besucher und 91 Prozent die Qualität der Kontakte.

Auch Johannes Schick, CEO der Linhardt Group bestätigt: „Die CosmeticBusiness ist für uns die wichtigste Messe. In diesem Jahr ist sie viel besser als im letzten Jahr, da hatte sie noch den Beigeschmack der Pandemie. Die Lust auf die Messe ist dieses Jahr wieder zurückgekehrt. Alle Angebote sind konzentriert in drei Hallen, diejenigen die wirklich etwas auszustellen haben sind da. Von der Teilnahme und Standfrequenz, eine gut gelungene Messe. Ich bin sehr zufrieden.“

Klaus Grabowsky, CEO der Cosmetic Service GmbH freut sich über viele neue Geschäftskontakte: „Wir sind Erstaussteller auf der CosmeticBusiness und haben bisher eine Menge Kontakte geknüpft. Quantitativ haben wir unsere Ziele erreicht, mehr Gespräche konnten wir nicht führen. Uns ist auch wichtig, dass wir unsere Kunden treffen, die wir sonst nur digital gesehen haben oder wo es schwierig war, Termine zu vereinbaren.“

**Besucher ziehen positives Fazit**

Die Besucherbefragung, die während der Veranstaltung durchgeführt wurde, ergab, dass 97 Prozent der Befragten die CosmeticBusiness weiterempfehlen würden. Annähernd so viele (92 Prozent) möchten die Fachmesse im nächsten Jahr wieder besuchen und 90 Prozent bestätigen, dass sich der Messebesuch gelohnt hat.

Die überwiegende Mehrheit (85 Prozent) der Besucher gab an, ihre Messeziele erreicht zu haben. Dabei waren die Anbahnung von Geschäftskontakten, sich über Neuheiten und Branchentrends zu informieren sowie eine allgemeine Marktorientierung die wichtigsten Ziele der Besucher. Inspiration bot die etablierte Neuheitenschau Spotlight mit Produktpräsentationen von 32 Unternehmen, Themenrouten zu nachhaltigen Lösungen sowie Innovationen und ein breit gefächertes Fachprogramm.

Aus insgesamt 43 Ländern reisten Besucher in diesem Jahr zur CosmeticBusiness an. Die meisten von ihnen kamen aus Österreich, der Schweiz, Italien, den Niederlanden, Polen, Tschechien, Spanien, Frankreich und Belgien.

Der Fachbesucher Sebastian Wölke, Geschäftsführer von no planet b, sagt: „Es war wieder einmal ein wirkliches Branchentreffen und ich habe viele alte Weggefährten aus der FMCG-Branche getroffen. In Bezug auf produktnahe Anbieter (Verpackung, Formulierung, Abfüllung) ist die CosmeticBusiness die Veranstaltung im deutschsprachigen Raum. Das bestätigen mir auch immer wieder andere aus der Branche.“

**Sprungbrett für Branchen-Newcomer**

Als Innovation Hub für die Kosmetikindustrie, bot die CosmeticBusiness in der Innovation Corner zum zweiten Mal Start-ups eine Plattform für den Austausch mit einem internationalen Fachpublikum. In Vorträgen stellten die Branchen-Newcomer ihre Innovationen näher vor und inspirierten die Besucher mit frischen Impulsen. Julie Cortal, Head of Business Development von NoPalm Ingredients sagt: „Wir sind ein junges Start-up und befinden uns noch in der Anfangsphase unserer Reise, innovative Inhaltsstoffe für die Kosmetikindustrie bereitzustellen. Für uns ist die CosmeticBusiness die Gelegenheit, potenzielle neue Industrie- und Marktpartner zu treffen, die mit uns zusammenarbeiten können, um die Leistungsfähigkeit unserer Inhaltsstoffe zu zeigen. Wir haben den deutschen Markt bisher noch nicht erschlossen. Hier gibt es das Fachwissen, die Partner, die uns wirklich helfen können."

**Branche blickt positiv in die Zukunft**

Die Kosmetikindustrie bewertet die aktuelle Geschäftslage mehrheitlich positiver als im Vorjahr. So schätzen 70 Prozent die Lage positiv ein, das sind sechs Prozentpunkte mehr als in 2022. Auch der Ausblick auf die kommenden Monate ist optimistisch. Mehr als die Hälfte der Befragten erwartet im Laufe des Jahres eine Verbesserung der Geschäftslage, ein Drittel erwartet keine Veränderung und nur sechs Prozent rechnen mit einer Verschlechterung.

**Termin für die CosmeticBusiness 2024**

Die nächste CosmeticBusiness findet vom 5. bis 6. Juni 2024 im MOC München statt.

**Über die CosmeticBusiness**

Die CosmeticBusiness ist die einzige internationale Fachmesse in Europa, auf der die Kosmetikindustrie exklusiv ihre Zulieferer trifft und Lösungen für die Entwicklung jeglicher Kosmetikprodukte vom Wirkstoff über die Herstellung bis zur Verpackung findet. Als einziger Branchentreffpunkt in Deutschland, dem größten Kosmetikmarkt Europas, ist die B2B-Messe als Trendbarometer für Entscheider aus Geschäftsführung, Produktmanagement und Entwicklung, Marketing sowie Einkauf und Produktion unverzichtbar. Die nächste Ausgabe der CosmeticBusiness findet vom 05. bis 06. Juni 2024 im MOC München statt.

**Über die Leipziger Messe**

Die Leipziger Messe gehört zu den zehn führenden deutschen Messegesellschaften und den Top 50 weltweit. Sie führt Veranstaltungen in Leipzig und an verschiedenen Standorten im In- und Ausland durch. Mit den fünf Tochtergesellschaften, dem Congress Center Leipzig (CCL) und der KONGRESSHALLE am Zoo Leipzig bildet die Leipziger Messe als umfassender Dienstleister die gesamte Kette des Veranstaltungsgeschäfts ab. Dank dieses Angebots kürten Kunden und Besucher die Leipziger Messe 2022 – zum neunten Mal in Folge – zum Service-Champion der Messebranche in Deutschlands größtem Service-Ranking. Der Messeplatz Leipzig umfasst eine Ausstellungsfläche von 111.900 m² und ein Freigelände von 70.000 m². Jährlich finden mehr als 270 Veranstaltungen – Messen, Ausstellungen und Kongresse – statt. Als erste deutsche Messegesellschaft wurde Leipzig nach Green Globe Standards zertifiziert. Ein Leitmotiv des unternehmerischen Handelns der Leipziger Messe ist die Nachhaltigkeit.

**Ansprechpartner für die Presse:**

Nicole Wege

Pressesprecherin

Leipziger Messe GmbH

Telefon: +49 (0)341 / 678 6528

E-Mail: n.wege@leipziger-messe.de

<http://www.leipziger-messe.de>

**CosmeticBusiness im Internet:**[www.cosmetic-business.com](http://www.cosmetic-business.com)